

АХМЕТЬЯНОВА Н. А.

Башкирский государственный университет

ЖАНРОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ ТРАНСМЕДИА ПРОЕКТА «БОЛЬШОЙ ЧЕМОДАН»

Проект «Большой чемодан» — яркий представитель жанра путевого очерка на современном региональном телевидении. Однако от других подобных передач на всевозможных телеканалах его отличает неповторимая особенность: задача ведущего — всего за сутки в чужом городе найти самое громкое и тихое место, не обращая внимание на достопримечательности, ориентируясь исключительно на звуки.

Ключевые слова: региональное телевидение, передачи о путешествиях, акустическое путешествие, «Большой чемодан».

Ahmetyanova N. A.

Genre features of the transmedia project «Big suitcase»

The «Big suitcase» is a vivid representative of the travel essay genre regarding on the modern regional TV. However, unlike other similar programs it has its unique feature. The task of the host is to find a loud and a quiet place just within one day, not paying attention to the city landmarks, focusing exclusively on the sounds.

Keywords: regional television, transfer, travel, travel speaker, «Big suitcase».

Телерадиокомпания «Башкортостан» — государственный медиа-холдинг Республики Башкортостан за годы своего существования успешно развивается и включает в себя 6 медиаресурсов: республиканский телеканал «БСТ», музыкальный телеканал «Курай», детский телеканал «Тамыр», 4 радиостанции «Юлдаш», «Спутник-ФМ», «Ашקהдар»ФМ», «Ашקהдар». Каждое СМИ имеет собственный контент, аудиторию, налаженную структуру работы и четкий план развития [5, с. 241]. Продукты региональных телеканалов по качеству сегодня могут конкурировать с программами федеральных [1, с. 42]. Передачи «Руссо Туристо» телеканала «Вся Уфа», «Большой чемодан» телеканала «Тамыр», «Следопыт» на «БСТ» являются одним из самых успешных продуктов последних лет в формате путевых очерков, которые помимо развлекательной выполняют и образовательную функцию, предоставляя телезрителю разностороннюю информацию о стране и людях, в ней проживающих, и пользуются особой популярностью у населения республики [2, с. 63].

Проект «Большой чемодан» еще один яркий представитель жанра путевого очерка на современном региональном телевидении. Однако от всех других подобных передач на всевозможных телеканалах его отличает неповторимая особенность. Творческая группа во главе с ведущим — Русланом Фаршатовым, или Трубадуром, отправляется в акустическое путешествие. В эфир программа выходит с 11 февраля 2011 года. Программа также имеет свой девиз: «Весь мир — большой чемодан». По мнению авторов, «путешествие ни за что не должно носить энциклопедический характер. Для этого есть путеводители. Цель программы доказать всем, что весь мир — большой чемодан» (сайт радиокompании

«БСТ». <http://tv-rb.ru>). В первом сезоне съемочная команда телеканала «Тамыр» объехала 6 городов и 4 страны в поисках звуков — Вена, Прага, Брно, Братислава, Лейпциг и Дрезден. Во втором сезоне «Большой чемодан» провел свои звукоисследования на греческом острове Крит, в Будапеште и венгерской степи Хортобадь, в древнейшей польской столице в городе Краков, провинциальной Чехии и святой земле Израиля. В третьем сезоне побывали в Китае, Вьетнаме. Звуки Рождества и Нового года искали и нашли в Литовской республике.

Задача ведущего в чужом городе найти самое громкое и тихое место, а также самый уникальный звук. Р. Фаршатов практически не обращает внимание на достопримечательности, а ориентируется исключительно на звуки. Он ищет их повсюду — на городских площадях, вокзалах, улочках, в рыночном гуле, в звоне колоколов, в пении птиц, шуме воды и у уличных музыкантов. Еще одна исключительная особенность заключается в том, что аудиопоиски творческая группа ведет с помощью подсказки известных соотечественников и пользователей интернета. С. Казанова, К. Набутов, Ю. Шатунов, Антон и Виктория Макарские, М. Кожухов, И. Дубцова, Л. Агутин, И. Забияка, О. Яковлев и Иракли выступали в качестве подсказчиков.

Оригинальность и свежесть программы отметили зрители. Буквально за пару месяцев «Большой чемодан» стал одним из самых рейтинговых. Так как задача телепередачи «Большой чемодан» создать свою акустическую карту мира, то любое путешествие ведущего Трубадура — Р. Фаршатова начинается с видеоподсказки от знаменитых соотечественников или интернет-пользователей, где отыскать тот или иной звук. При этом задания поступают всегда необычные и непростые. Интересно, что сюжетная линия каждой программы закольцована как раз на этой видеоподсказке. В конце каждого выпуска ведущий связывается по телефону с автором видео и отчитывается, смог выполнить задание или нет. Бывает и такое, что подсказки дают не через видеозапись, а лично. Как, например, в случае с семьей знаменитого актера Антона Макарского. Появление в программе таких известных лиц притягивает внимание зрителей. Ведь знаменитости на любительском видео выглядят совсем иначе, чем на профессиональном телевидении. Таким образом, приоткрывается личное пространство звезд.

На поиски в одном городе съемочной группе дается всего лишь 18 часов. За это время команда «Большого чемодана» должна обнаружить и зафиксировать как минимум 10 звуков. То есть на один звук у Р. Фаршатова есть примерно полтора-два часа. Именно поэтому в программе не указываются точные географические данные, не рассказывают о достопримечательностях города, если они, конечно, не связаны со звуком, а просто обозначают место, где авторы находятся, объясняют причину, почему выбрали именно этот звук, ну и, собственно, записывают этот звук. При этом ищут самые различные звуки: пение птиц, шуршание летучих мышей, эхо, звук метро, воды, смех, спортивные состязания, рынки, вокзалы и многое другое.

Именно поэтому в передаче «Большой чемодан» ведущий стремится быть ближе к местным жителям и проникнуть в их культуру, участвует в местных праздниках, церемониях. Хронометраж одной передачи — 45 минут. Программа

состоит из коротких стендапов и коротких закадровых текстов, разбавленных короткими рекламными блоками до 30 секунд. И в среднем на рекламу выделяется примерно 2 % от общего эфирного времени. Коммерческая информация связана с путешествиями и туризмом.

Еще одна особенность «Большого чемодана» в том, что все, что не поместилось в рамки программы, размещают на сайте видеохостинга YouTube. Р. Фаршатов прямо в путешествии успевает вести блог и выкладывает фотографии в Сети. Тем самым привлекает зрителей [3, с. 204].

Идея музыкального путешествия — это дерзкий эксперимент, с ключевым понятием «акустика». Необычному формату «Большого чемодана» соответствует и необычная внешность ведущего. Он человек-праздник, франт, щеголь и модник. Обязательные атрибуты его гардероба — яркая одежда, галстук-бабочка и подтяжки. С собой в путешествие Руслан всегда берет синюю трубку от стационарного телефона, старый магнитофон и гитару. Яркая внешность, активность, харизма, «музыкальный» голос и искрометный юмор, оригинальная подача увиденного, непосредственность ведущего моментально захватывают зрителя. Стил повествования автора — легкий и непринужденный. Ведущий не играет на камеру, процесс съемок проходит не по запланированному сценарию. Это — импровизация. Телеведущий шутит, делится своими впечатлениями. Он не обременяет программу своим частым появлением и умело сочетает короткие стендапы и закадровые абзацы, создает приключенческие тексты, сам выступает в роли авантюрного путешественника. Это игра легко дается ему, поэтому образ Фаршатова-Трубадура запоминается надолго. За короткое существование проекта «Большой чемодан» уже удостоился нескольких крупных наград. С мая 2016 года началась трансляция программы на телеканале «Пятница».

Несмотря на то, что «Большой чемодан» не является классикой жанра, он привлекает внимание любителей путешествий тем, что показывает не протоптанные туристами тропинки, а уникальные, звучащие уголки стран и городов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Азнаева Г. Д., Ахметьянова Н. А. Современные проблемы регионального телевидения // Средства массовой коммуникации в многополярном мире: проблемы и перспективы. Москва, 2016. С. 42–47.
2. Ахметьянова Н. А. Жанровые особенности передачи «Руссо туристо» телеканала «Вся Уфа» Республики Башкортостан // Средства массовой коммуникации в многополярном мире: проблемы и перспективы. Москва, 2016. С. 63–67.
3. Дильмухаметова А. И., Ахметьянова Н. А. Познавательные передачи на телевидении Республики Башкортостан // Телевидение и радио: динамики и контексты. Казань, 2016. С. 204–213.
4. Ситдикова Г. Ф. Телевидение Башкортостана как средство сохранения и развития национальных и этнических традиций // Телевидение и радио: динамики и контексты. Казань, 2016. С. 239–244.